Zéro rupture en magasin

pour mieux satisfaire les clients

recommandations des enseignes françaises de GSA adhérentes d'ECR France

- Il est composé :
  - **d'une présentation .ppt**
  - **d'une affiche pdf format A1 (**Le format Illustrator est disponible sur demande à ecr@ecr-france.org**)**
    - **à personnaliser (**en imprimant deux documents A4 aux couleurs de votre enseigne**)**
    - **à imprimer en magasin**
- Il peut vous servir comme support
  - **de communication,**
  - **pour vos briefs quotidiens**
  - **pour vos formations**
  - **pour les outils de mobilité**

Introduction

- **La disponibilité en linéaire du produit habituel** que le client vient chercher dans son magasin est la **première promesse** que l'industriel et le distributeur doivent lui tenir. C'est pourquoi, dans la vision ECR, la performance d'une chaîne d'approvisionnement ne se mesure pas à l'entrée de l'entrepôt du distributeur, ou à celle du magasin, mais au linéaire.

- Mais la gestion de ce **projet transversal est complexe** car elle implique de **nombreuses fonctions chez les industriels et chez les distributeurs** pour « mieux répondre aux attentes des consommateurs » à moindre coûts économiques et environnementaux.

- Les **enjeux sont forts** en terme de **satisfaction clients** et de **manque à gagner** (évalué à 4.1 milliards d'euros en hypermarchés). Un cumul de rupture est dangereux pour **l'image** de l'enseigne et la **fidélité** à votre magasin.

- Il existe de **grandes disparités** entre enseignes, magasins, rayons, catégories, marques. Les magasins qui se mobilisent sur le sujet sont les plus performants sur tous les rayons ; ceux qui sont les moins performants au global sont les plus « rupturistes » sur tous les rayons.

- Le site www.zerorupturemodedemploi.com permet à chaque acteur d'identifier et de résoudre les problèmes de rupture en linéaire de manière durable. Il vous donne accès à des outils créés pour vous par les adhérents d'ECR France* (dont font partie **Auchan, Carrefour, Casino, Cora, Intermarché, Leclerc, Métro, Schiever et Système U).**

- **Le kit « Zéro rupture en magasin »** (composé de cette présentation ppt. et d'une affiche) est destiné :
  - aux **équipes de management magasin** (outils de communication, pour vos briefs quotidiens, pour vos formations,…)
  - et aux **ELS/manager de rayon** pour les aider à améliorer la disponibilité de leur produit dans les linéaires.

*ECR France qui est l'organisme paritaire rassemblant les décideurs des industriels et distributeurs du secteur des produits de grande consommation, alimentaires et non-alimentaires. Sa mission consiste à définir et promouvoir les bonnes pratiques et les codes de bonne conduite dans la relation industriel-distributeur, pour mieux comprendre et répondre aux attentes des consommateurs.

Quels sont les enjeux?

Près d'**1 PGC sur 8**
n'est pas trouvé par le client
au moment où il vient faire ses courses.

12,9% de références en rupture
dans les linéaires en moyenne
(source : baromètre ECR-IRI)

+ de 4 milliards d'euros[(1)] par an
(en moyenne, dans les HM français)

Environ 7 000 € de chiffre d'affaires[(1)] sont perdus[(1)] à cause des ruptures en linéaire
(en moyenne, par magasin et par jour)

= 170 clients
panier d'achat moyen = 41 €
(source : Nielsen)

La rupture dé-fidélise

« D'autant plus que le même produit peut être à nouveau en rupture lors de la visite suivante du client ! »

[(1)] avant reports et substitutions d'achat

Comment agir en magasin?
Les messages clés pour vos équipes



Comment agir en magasin?

Une gestion du linéaire opérationnelle

En règle générale

- **Définition des planogrammes**
  - Connaître et faire connaître le planogramme (ex. via affichage à l'entrée du rayon), le suivre ou l'adapter, suivre la détention des produits vs offre commerciale
  - Respecter le plan merchandising
  - Faciliter la mise en rayon
    - Balisage (étiquettes papier ou électronique, cimaises,…) cohérent en permanence avec l'offre commerciale actualisée (entrants+sortants)
    - Utilisation des prêt-à-vendre
- **Organisation du linéaire**
  - Renseigner le facing ou la capacité linéaire en fonction des modes de gestion
  - Adapter la fréquence de remplissage aux rotations produits et à la capacité linéaire disponible
  - Veiller à la réallocation du stock promo résiduel
    - Si substitution totale avec retour du permanent en réserve : veiller au bon retour du permanent (produits frais avec date limite de consommation).
    - Si cohabitation promo et permanent dans le linéaire : veiller à la cohérence des prix
  - Après le remplissage du matin, faire le tour du rayon, relever les trous, les analyser et les corriger.
- **Ressources humaines**
  - Planifier les ressources nécessaires pour la gestion du remplissage avant ouverture et en cours de journée
  - Favoriser la polyvalence des équipes
  - Former et sensibiliser les nouveaux arrivants
  - Organiser les remplacements pendant les congés

Vigilance en cas de travaux ou de réimplantation

Comment agir en magasin?

Une gestion du linéaire opérationnelle

Face à la rupture

En cas de rupture courte :	En cas de pénurie (rupture >2 semaines)
•**Ne pas la masquer** •**Informer le client** (ex. via affichage en magasin…) •**Tenir compte de l’effet report dans la commande et dans le remplissage du rayon**	•**Gestion d’une sortie du produit de l'assortiment :** - Substitution (selon le caractère substituable du produit, sur des produits existants et en magasin) - Agrandissement les espaces connexes - Utilisation de l'espace pour des queues de promo de la même catégorie - Bloquer le calcul de la moyenne de vente. - Se mettre à la place du client* : conseil sur un achat de substitution •**Retour à la normale** - Ré-implantation si linéaire impacté - Re-paramétrage des systèmes d’approvisionnement - Assurer un suivi particulier lors de la commande

Par exemple, si les champignons en boîte sont en rupture, suggérer des champignons surgelés ou frais….

Comment agir en magasin?

Tendre vers le zéro stock en réserve

- **Si la réserve est utilisée :**
  - Ne pas gêner l'accès aux produits
  - Organiser la réserve par zones selon :
    - les catégories
    - les rotations de produits
    - les pics promotionnels
    - les fin de saison (pour retrouver le stock rapidement)
    - les produits qui peuvent nécessiter des retours en réserve (ex. produits livrés en palettes comme la farine)

Comment agir en magasin?

Des équipes impliquées et mobilisées

Un travail collectif continu de précision

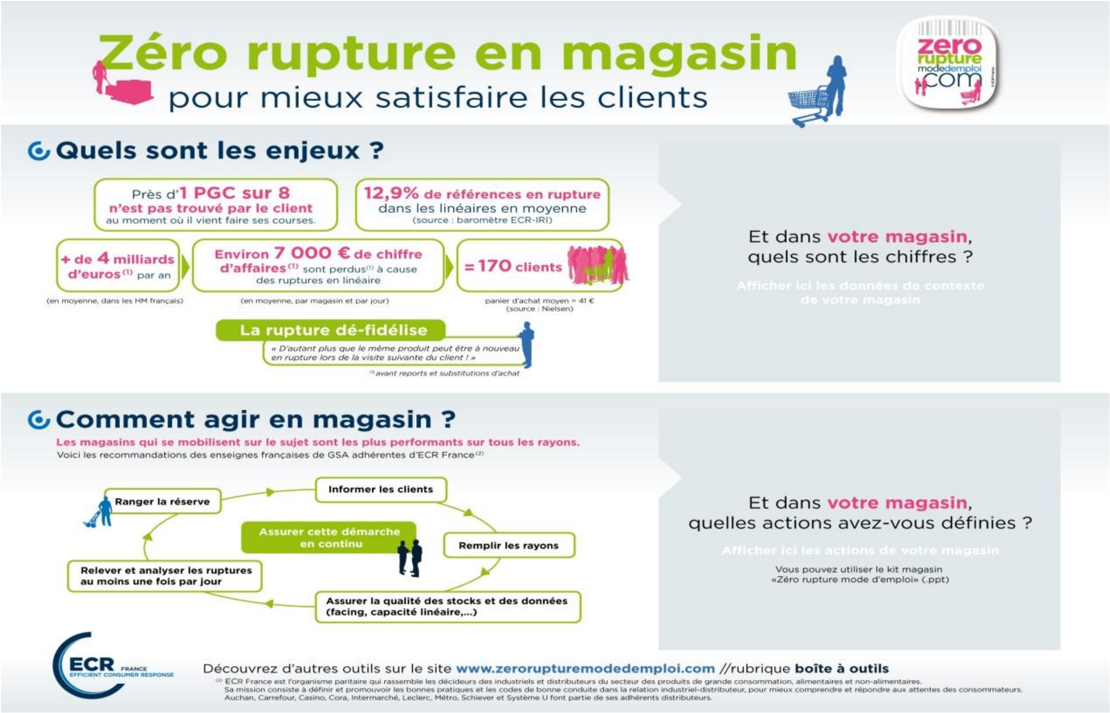
- **La qualité de l'exécution en magasin est primordiale**
  - En magasin, le rôle de tous les collaborateurs est primordial pour mieux répondre aux attentes du consommateurs
  - La qualité des stocks est un facteur clé : réaliser des inventaires tournants entre deux inventaires comptables pour compter, ranger et réduire les stocks fantôme, corriger les stocks après chaque relevé en linéaire
  - Assurer un remplissage optimal du linéaire
- **La mobilisation passe par votre management**
  - Les indicateurs suivants vous aideront à prioriser votre travail et à améliorer vos résultats
  - Vous pouvez les intégrer dans votre brief quotidien avec les enjeux d'image auprès du client et d'augmentation du chiffre d'affaires

Les outils de l'ELS et du chef de rayon (indicateurs d'alerte - quotidien ou en cours de journée)	**Les indicateurs de l'équipe de management du magasin** (Indicateurs de reporting - mensuel et hebdomadaire)
•Liste des ruptures sur lesquelles le magasin peut avoir une action -Prioriser selon les moyens humains du magasin (références avec les enjeux les plus importants , nombre de lignes, 20/80...) -Agir : recalage des stocks, plan de réapprovisionnement des linéaires en cours de journée(automatisé selon les système d'information des magasins ou non et dans l'idéal « ordre de mission » donné par un outil de mobilité (PDA, Scanette…) **•Analyser les ruptures constatées lors du relevé en les confrontant aux données systèmes**	**•Informations quantitatives et structurées issues des systèmes d'infos sur la performance du magasin** (Taux de disponibilité en linéaire complètes et/ou partielles) à croiser avec l' organisation logistique (plateformes logistiques différentes, livraison en direct…) -Classement (Par famille, catégorie, liste EAN, région, magasins, enjeux, …) -Evolution -Objectifs **•Répartition des causes (Amont/Aval) selon quelques grands thèmes.** -Donner quelques informations sur les principales ruptures amont lors du brief

Comment agir en magasin?

L'affiche « Zéro rupture en magasin »

- **Télécharger, personnaliser et imprimer en magasin l'affiche qui a été créée pour vous par les adhérents d'ECR France*** (dont font partie Auchan, Carrefour, Casino, Cora, Intermarché, Leclerc, Métro, Schiever et Système U).
- **Découvrez également tous les outils de lutte contre les ruptures sur le site www.zerorupturemodedemploi.com (rubrique boîte à outils)**



*ECR France qui est l'organisme paritaire rassemblant les décideurs des industriels et distributeurs du secteur des produits de grande consommation, alimentaires et non-alimentaires. Sa mission consiste à définir et promouvoir les bonnes pratiques et les codes de bonne conduite dans la relation industriel-distributeur, pour mieux comprendre et répondre aux attentes des consommateurs.